

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini perkembangan bisnis meningkat semakin tajam meskipun berada dalam kondisi perekonomian yang cenderung tidak stabil. Hal tersebut memberikan dampak terhadap persaingan bisnis yang semakin tinggi baik di pasar domestik maupun di pasar internasional. Setiap usaha dalam persaingan tinggi dituntut untuk selalu berkompetisi dengan perusahaan lain didalam industri yang sejenis. Salah satu cara agar bisa memenangkan kompetisi atau paling tidak dapat bertahan di dalam kompetisi tersebut adalah dengan memberikan perhatian penuh terhadap kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga bisa mengungguli produk yang dihasilkan oleh pesaing.

Perusahaan membuat konsumen merasa nyaman dengan suatu produk yang berkualitas, maka konsumen akan merasa puas. Dengan begitu, konsumen pun akan menjadi loyal sehingga dapat mempertahankan tingkat penjualan suatu perusahaan atau bahkan meningkat. Berdasarkan hal tersebut, produk yang berkualitas merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam melayani kebutuhan pelanggan, karena dapat menjadi suatu bentuk promosi yang sangat baik.

Permasalahan kualitas produk telah mengarah pada taktik dan strategi perusahaan secara menyeluruh dalam rangka untuk memiliki daya saing dan bertahan terhadap persaingan global dengan produk perusahaan lain. Kualitas suatu produk bukan suatu yang serba kebetulan. Kualitas produk dapat diartikan sebagai tingkat atau ukuran kesesuaian suatu produk dengan pemakainya, dalam arti sempit kualitas produk diartikan sebagai tingkat kesesuaian produk dengan standar yang telah ditetapkan. Jadi, kualitas produk yang baik akan dihasilkan dari proses yang baik dan sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan berdasarkan kebutuhan pasar.

Hal tersebut tidak terlepas dari visi CV Dwi Tunggal Mandiri (DTM) yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan dan menciptakan produk yang berkualitas.

Saat ini, industri yang bergerak pada pembuatan kitchen set semakin berkembang. Hal inilah yang dikemukakan oleh bapak suripno selaku pimpinan CV Dwi Tunggal Mandiri. Beliau memaparkan bahwa “banyak perusahaan yang bergerak pada bidang pembuatan kitchen set dengan menggunakan teknologi yang lebih modern seperti penggunaan mesin bending untuk pembentukan stainless steel”.<sup>1</sup>

Produk CV Dwi Tunggal Mandiri adalah *curtain chiller, bird cage, cabinet, potato display, trough grill, wall mount self, exhaust hood, bin topping, sifter, single sink, grease trap filter, mop sink, dan batter table*.

---

<sup>1</sup> Kutipan wawancara dengan pimpinan CV Dwi Tunggal Mandiri, Suripno, pada 24 juli 2012

Selama penulis melakukan observasi terdapat beberapa pelanggan yang komplain terhadap produk CV Dwi Tunggal Mandiri.

Atas dasar tersebut, Penulis memberi judul Karya Ilmiah ini **“Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di CV Dwi Tunggal Mandiri”**.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka perumusan masalah penulisan Karya Ilmiah ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi pelanggan terhadap produk CV Dwi Tunggal Mandiri?
2. Seberapa besar hubungan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di CV Dwi Tunggal Mandiri?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penulisan**

### **1. Tujuan Penulisan**

Tujuan dari penulisan adalah:

- a. Dapat mendeskripsikan mengenai kualitas produk dan kepuasan pelanggan di CV Dwi Tunggal Mandiri.
- b. Mengetahui hubungan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di CV Dwi Tunggal Mandiri.

## 2. Manfaat Penulisan

Dari observasi ini diharapkan dapat bermanfaat serta memberikan kontribusi bagi Penulis, Universitas Negeri Jakarta (UNJ), khususnya Prodi D III Manajemen Pemasaran pada Fakultas Ekonomi (FE), CV Dwi Tunggal Mandiri dan pembaca secara umum.

### a. Bagi Penulis

- 1) Diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengalaman dalam penerapan ilmu manajemen pemasaran khususnya mengenai kepuasan pelanggan.
- 2) Mengembangkan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah dan mencoba menemukan sesuatu yang baru yang belum pernah diperoleh dari pendidikan formal.
- 3) Belajar mengenal dinamika dan kondisi manajerial perusahaan khususnya pemasaran, baik dalam lingkungan pemerintah maupun perusahaan swasta.

### b. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan untuk menambah informasi yang bermanfaat dan menjadi pertimbangan pihak perusahaan dalam memahami, membantu, dan menyelesaikan masalah-masalah yang terjadi didalam perusahaan.

c. Bagi Fakultas

Sebagai pelengkap arsip Karya Ilmiah Universitas yang dibuat oleh mahasiswa dalam bidang ilmu pemasaran terutama tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan sebagai tambahan referensi di perpustakaan serta untuk dapat mengetahui kemampuan mahasiswa di dalam menerapkan pengetahuan yang didapatkan selama perkuliahan.

d. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan juga bisa menambah bahan informasi dan referensi Penulis lain yang akan menyusun Karya Ilmiah atau sebagai wacana.